

abstrak

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui terpaan iklan slogan Program KB terhadap tingkat pemahaman perencanaan keluarga pada kalangan suami di Kecamatan Depok, Sleman, Yogyakarta. Teori yang digunakan adalah Terpaan Media dan Teori Perilaku. Metode penelitian ini menggunakan metode survey. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah kalangan suami di Kecamatan Depok, Sleman, Yogyakarta. Dalam hal ini metode yang digunakan adalah *simple random sampling* (metode pengambilan sampel dimana sampel diambil secara acak). Hasil analisis menunjukkan bahwa kebanyakan responden (55,0%) menilai "Setuju" variabel terpaan iklan slogan Program KB, kebanyakan responden (66,0%) menilai "Setuju" variabel tingkat pemahaman perencanaan keluarga pada kalangan suami, hasil analisis *pearson correlation* menunjukkan bahwa variabel terpaan slogan iklan Program KB mempunyai hubungan signifikan dengan tingkat pemahaman perencanaan keluarga pada kalangan suami (nilai probabilitas $t_{\text{-hitung}}$ (0,000) < *Level of Significant* (0,05)). Variabel terpaan slogan iklan Program KB mempunyai pengaruh positif terhadap tingkat pemahaman perencanaan keluarga pada kalangan suami (nilai probabilitas $t_{\text{-hitung}}$ (0,000) < *Level of Significant* (0,05)), dan hasil analisis diperoleh R^2 (Koefisien Determinasi) sebesar 0,719 artinya variabel dependen dalam model yaitu tingkat pemahaman perencanaan keluarga pada kalangan suami dijelaskan oleh variabel independen (X) yaitu terpaan iklan slogan Program KB sebesar 71,9%, sedangkan sisanya sebesar 28,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model, misalnya bintang iklan, tema iklan, dll